5G 时代媒体融合的创新发展路径研究

杨 凯
（山东广播电视台融媒体资讯中心，山东 济南 250000）

摘要：【目的】探索 5G 时代媒体融合创新发展的实现路径。【方法】基于文献资料法与调查研究法，梳理相关文献资料中的客观分析结果和理论佐证，并通过互联网渠道搜索全国两会期间有关“扎实推进媒体深度融合”的相关内容，结合相关的研究成果明确参考依据，通过 5G 时代媒体融合发展带来的机遇和挑战，展开详细论述。【结果】研究发现，“质量提升”是媒体融合实现创新发展的重要前提，基于“质量”革新媒体产品内容、形式、服务，是保障媒体融合创新发展得以实现的核心支撑。【结论】要实现媒体融合在 5G 时代下的创新发展，需要对人才培养和质量提升的两手抓，因为人才的专业素养与职业能力决定了媒体产品的质量，媒体产品的质量又影响着媒体融合的创新发展道路能否进一步拓宽。

关键词：5G 时代；媒体融合；传播；创新发展；路径　　**中图分类号：**G233　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2023）05-113-04　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.05.026
本文著录格式：杨凯 .5G 时代媒体融合的创新发展路径研究 [J]. 中国传媒科技，2023（05）：113-116.

导语

2023 年 3 月 4—13 日全国两会期间，“高质量发展”出现在各项工作汇报之中，成为时下的高频词汇。不仅如此，政府工作报告出现了“扎实推进媒体深度融合”词条，这意味着媒体行业迎来了进一步的发展命题。基于“高质量发展”的路线规划与目标审视 5G 时代下媒体融合的创新发展，发现媒体融合的高质量体现主要体现在三个维度：“快”——高效专业运作；“活”——内容真实丰富；“全”——全媒形式、全员上阵、全线发力。媒体融合的创新发展仅靠个人或者某一项技术是无法实现的，必须要做到全员协作、多方调度、统一发力，方能取得令人满意的成果。除此之外，守正创新、锐意进取、准确解读内容、科学把握传播规律和受众需求等，也是实现媒体融合创新发展必不可少的条件，是拓宽媒体融合发展道路的重要基础支撑。因此，要实现媒体融合基于 5G 时代的有效创新与纵深发展，需要结合时代环境、格局变化、受众需求、建设需要等，进行深层分析，利用先进的技术来推动行业转型提质。对此，本文从现阶段媒体发展的现状与整体趋势出发，对如何把握 5G 技术优势，激发媒体融合发展的创新活力展开了探讨。

1. 5G 时代传播格局的变化

1.1　更注重高质量体验

传统模式下的信息传播形态以“视听化”特征为主，其优势在于丰富了受众的感官体验。但是随着 4G 时代向 5G 时代迈进，更加高速、高效的传播形态基本形成，并且传播格局也呈现出“多元化表现”的特征，受众不再满足于一般的视听类媒体产品，想要获得层次更丰富的媒体产品体验。5G 时代下信息传播技术优势进一步凸显出来，生活水平不断攀升致使受众需求进一步增长，各类视听媒体产品要想真正脱颖而出取得关注度，则首先要保证“高质量”。这也与“高质量发展”的路线规划对行业所提出的诉求相契合。所以，不论是把握受众群体、保证行业可持续发展，还是与时俱进革新行业建设的需要，实现“高质量”都是必不可少的前提条件之一。[1] 从媒体融合与信息传播面向的受众，以及价值实现、应用目的等方面来看，媒体融合是服务于广大群众来发挥价值的，内容、信息的传播是主要实现途径，受众基于媒体产品传播获得的信息、内容，包括整个传播过程中从“发生——内容接收与阅览——信息获得”的体验，都决定媒体产品的价值。因此，5G 时代下媒体产品的传播需要牢牢把握受众的“高质量体验”。[2]

1.2　现实社交向场景社交转化

4G 技术支撑下，媒体行业基于新媒体平台重构了传播格局，并且实现了对受众在传播过程中的角色转换，受众由以往的“单方面接收者”转变成“信息传播的参与者”“媒体产品产出的主导”，甚至是“媒体产品的生产者”。这一变化的形成，是因为群众参与社会活动的形式和方式发生了变化，社会主体将社交关系延伸至网络之上进行重构，网络环境进一步真实化、透明化。但是，即便 4G 技术扩大了互联网突

破时空限制，也并没有完全消除“距离感”。例如，受众的真实社交活动需要依靠“屏幕”“平台”进行，即使视频通信技术已经成熟，但是受众的感官体验只能停留在“屏幕”上。5G 时代，依托 VR、AR 等技术，受众在互联网中的社交场景可以实现多元化，用户可以在视觉、听觉、感觉层面获得更为真实的体验。比如在不同场景开展多人互动的线上对话、基于 VR 感官的模拟现实类游戏等活动。[3] 总的来说，5G 时代由媒体机构主导的传播格局重构，促进了网络社交的趣味性与黏性进一步提升。

1.3 “互联网 +”转向“+ 互联网”

5G 技术的广泛应用与全面覆盖，能够助力社会产业结构升级与转型发展，并且可以赋能行业产业创新生产方式、内容与产品，从而达到“提质”的效果。以 4G 模式下的消费互联网模式为例，受众依托“互联网进行网络式连接”的形式开展活动，5G 时代则是“让用户与智能终端进行深度连接”。简单来说，4G 时代受众是基于“现有产品”，根据自身需求进行选择然后开展线上活动，而 5G 时代则是基于受众的选择开发出多样化、多元化的“产品”，以“服务个性需求”革新“产品”，从而实现转型升级与格局重构。从产业发展特征的角度进行总结，则可以理解为 4G 时代以“互联网 +”为主导，5G 时代则是呈现出了“+ 互联网”特点，实现这一转变的重要条件，就是数据信息与数字技术助推社会创新发展。[4] 在“+ 互联网”特点主导的形势下，传播形态为适应 5G 时代发展，需要实现“纵深推进”，以实现“万物互联”为主要目标拓展建设空间与活动范畴，为促进更多的产业技术或行业发展提供助力、创造条件。

2. 5G 时代下媒体融合的主流趋势

2.1 技术融合发展智能媒体

5G 是人工智能技术、虚拟现实技术、大数据技术、4K/8K 超高清视频技术等技术，实现创新发展与应用革新的动力。人工智能等技术是媒体融合在 5G 时代背景下实现纵深发展的重要支撑，也是催化媒体融合发展激发活力的重要工具和手段。从当下群众生活水平分析受众对媒体产品、信息传播的需求特点，发现增强智能化应用服务，是实现媒体融合发展衔接受众个性化需要，推出创新型媒体产品的实现路径。尤其是在 5G 技术助推新基建等大规模场景应用的落地的背景下，媒体产品有了更高规格的技术支撑，才得以实现其呈现方式和传播模式的重构。例如，目前已经出现了传感器新闻、无人机新闻等技术融合应用产品，为 5G 时代的媒体产品产出提供了更加及时、精准的数据信息支撑。基于此，不论是从社会发展趋势还是行业发展趋势来看，完善技术融合发展智能媒体都是必然结果，5G 技术可以切实保障媒体融合的效果。另外，随着“5G+”技术的深入推广与革新运用，4K/8K 超高清视频技术、智能化场景与 AGC 等技术的跨领域、融合应用，也将成为 5G 时代的常态。这意味着媒体融合发展将迎来高效智能、数据覆盖、场景多元的信息传播格局。[5]

2.2 跨界融合实现多元产业形态

5G 时代，以 5G 技术为主的新一代技术研发与应用，为媒体深度融合提供了操作平台。实现媒体深度融合，不仅仅是要完成形态、内容、方法、渠道等方面的融合，更重要的是，要实现媒体与各行业之间的有效融合，即跨界融合。[6] 根据媒体跨界融合的主要特征，可以分为跨平台融合运用与跨地域融合运用两种。前者主要是指中央媒体、省市级媒体等具有权威性的传统主流媒体，实现与商业平台之间的合作与资源共享。着重体现在不同平台的功能协调、革新应用场景开发等方面,包括促进双方互补和运营模式创新。后者则是基于战略驱动，为顺应发展需要而兴起的一种合作模式，主要是为了对不同媒介形态的整合与深层开发利用，从而建立起全方位、全链条、多层次、多侧面的信息传播链条，以满足受众信息获取需求。跨平台融合运用的发展目标在于创新媒体服务方式，助推社会发展实现经济有效增长。跨地域融合运用的发展目标在于形成横纵联动的区域布局，借力国家战略推进媒体深度融合。从两者的建设方向审视媒体融合在 5G 时代面对的整体发展趋势，可以“实现多元产业形态”来概括。

2.3 时空概念下的沉浸式场域体验

5G 时代不少前沿技术也逐渐走向成熟化与普及应用，在数字技术影响时空序列的背景下，“时空概念”受到社会各界的广泛关注。5G 技术支撑下的融媒体时代，“时间”与“空间”的交汇交融、相互嵌入，跨时空的社会活动日程被任意抽取成为现实。例如，媒体基于 5G 通信技术下可以对正在发生的新闻事件进行实时直播，受众依托移动电子设备和 5G 通信技术可以达到如临现场般观看全国两会的效果。从 5G 时代下的媒体融合发展进程的整体视角来看，媒体融合发展已经越过了前期探索的艰难时期，处于夯实基础和推动上层结构建设的重要阶段。借用麦克卢汉论述新媒介的相关观点，“传播媒介是人类感官的延伸”。[7]5G 时代的媒体融合发展，不仅是对“技术媒介与人文生态”“身体感官与客观世界”“空间流动与时间压缩”等方面的综合性诠释，还是一种直观的体现与展示。从“时空概念”下媒体融合发展的主要方向出

发，衔接受众体验需求分析现阶段媒体融合的主流趋势，发现实现"沉浸式场域体验"，才是满足受众需要的正确选择，也是媒体融合利用5G技术拓宽可持续发展道路的"敲门砖"。因为虚拟化、体验式的传播，不仅超越了时空概念，还能为媒体融合发展衍生多元化产品创造有利条件。5G等新技术的应用，连接了主体感官神经和身体触觉，实现了多维展示虚拟的沉浸式体验，可以强化受众在使用媒体产品时的临场体验感、真实感。

3. 5G时代媒体融合的创新发展路径

3.1 基于人才培养把握内容质量

要实现5G时代下媒体融合的创新发展与长效发展，首先要保证核心力量——人才。科技生产力不断优化的实现条件，是以人为主的社会生产活动实现不断创新。当下，复合型人才是社会发展必需的动力，也是实现跨平台、跨地域合作的关键。媒体融合发展基于5G时代在社会生产中迸发活力，少不了复合型人才资源这一支撑。不仅如此，信息传播业余化现象，增加了媒体把握话语权、权威性的难度，要想牢牢抓住受众的眼球，增强与受众的黏性，则需要实现媒体产品内容质量的提升。[8] 最简单、直接的方式，就是实现对媒体产品的内容创新，这也是媒体融合发展的核心力量所在。因此，建议全面优化人才培养把控，保证5G时代媒体融合发展能够获得源源不断的动力增长。首先从在职人员培养入手，提升现有专业人员的实力与素质素养，确保主流媒体在社会舆论舆情中的主导地位，通过树立专业、真挚且平易近人的形象，在重构与受众的连接关系的同时，进一步增强媒体的威信力、权威性。对此，媒体从业者需要对"媒体人"及相关角色、社会地位与价值实现等，联系5G时代环境进行重新思考。例如，媒体产品产出向自动化、智能化方向深入发展的背景下，从业者该如何自主发挥价值。这就需要从业者从专业素养、创造力、创新能力、探究能力等方面，结合自身情况进行反思，提出提升个人综合能力的解决方案。其次，单位、机构要加强对从业者的引导。通过开设关于自动化、智能化相关的专业培训，增强从业者的技能与知识储备，引导其科学运用5G技术，产出有深度、有内涵的高质量产品。最后，在高校人才培养的层面，要坚持与时俱进，以培养大学生的创新能力为主，将行业内容实时引进教学当中，实现对大学生的专业能力、职业能力与持续发展力的同步把握。以"产出高质量、有内容的媒体产品"为检验育人教学成果的指标。

3.2 基于内容融合提升服务质量

基于上述内容，5G时代媒体融合发展的过程中，媒体产品产出的形式、活动性质、主导对象，都发生了显著变化。根据受众需求完善媒体产品服务，才是实现媒体融合发展能够长存的保障。要提升媒体产品的服务质量，首先要实现内容融合，在此基础上结合受众的需求差异进行行业产业优化，确保用户使用率与服务质量的提升，才能拓宽、延伸媒体融合发展的道路。不仅如此，5G技术的应用强调服务于受众之间的信息传播，例如，"受众个体——朋友、家人、同事……"的信息传播活动形式。对应到媒体融合发展的需要这一层面，则在于机构、单位或媒体从业者，能够依托5G技术进一步提高信息利用率，深入挖掘受众个体的各项信息传播需求。通过科学把握受众需求特点，从统筹规划的角度完善媒体产品产出的管理工作，同时，依托受众需求特点革新服务，确保可以向不同需求的受众个体提供其需要的服务，从而进一步增强媒体与受众之间的关联性、互动性。[9] 对此，媒体单位、机构需要调整媒体产品产出的工作，利用电信手机技术、人工智能技术、云计算技术等，对受众的信息传播需求进行全方位分析，并借助5G技术的优势增强与受众之间的沟通，根据受众的信息浏览特点挖掘其潜在的需求。媒体单位、机构还需要基于内容融合加大媒体产品创新力度。例如，基于5G+AI加速内容高质量产出的应用环境下，关于重要新闻的媒体报道，就如何推进动态化、标准化协同的新闻内容翻译制作，进一步革新技术应用，以达到海内外同频、内容实时发布、个性化调整原文内容翻译与保障译后内容准确度的效果。

3.3 基于技术融合创新传播形式

当下，5G+AI是现代化社会科学技术发展的前沿内容，是革新人类社会创新发展的主导力量。媒体融合发展在5G时代必然会出现新的传播形式，这是技术融合所带来的优势，也是媒体融合发展服务受众、提升整体服务质量的必然结果。就目前已有成果来说，在信息传播方面，中国地震台网利用AI技术衔接媒体播报，向地方人民群众预报了九寨沟地震信息。[7] 再基于主流发展趋势分析媒体融合创新发展的实现路径，注重虚拟现实技术解决资源的搜集、共享、应用等常规问题，本就是媒体融合基于5G时代进行创新发展的一种实质性行为，而为了应对下一阶段的发展困境，媒体行业需要在加强媒体产品质量把控的基础上，革新技术融合应用以创新传播形式。例如，基于5G通信技术与新媒体平台的实时直播，对其嵌入VR技术、AR技术等，促进各领域协调发展，媒体创新发展成效更加突出。[10] 另外，媒体融合还可以基于"推进纵

深发展”的视阈下，通过垂直化跨界融合革新技术融合，丰富多元化应用场景，从而促使新的传播形式形成成为可能。如海南广电融媒体中心就联合了海南省博物馆进行联名研发项目，双方基于5G技术向广大群众推出了“线上游览博物馆”的直播活动。在此基础上革新技术融合，可以考虑开发出VR全景体验、3D世界探索等体验类项目。通过AI技术对文物进行辨识，并在直播页面弹出VR感官体验的二维码或互动键，供受众自由选择是否“与文物进行对话”，选择“进入”后，页面内容支持“文物”VR展示与AI操控互动，通过“文物”自述的方式介绍其基本信息，然后开展与受众的人机互动。这不仅可以丰富、增强受众的体验感，还可以实现文物信息的进一步传播推广。[11]

3.4 基于场景化应用连接用户需求

区别于内容融合下的受众需求挖掘工作，本模块内容主要是从用户需求推进媒体工作完善的角度展开探讨，旨在提出如何实现增强与用户数的紧密联系，潜在需求开发衔接场景应用革新，从而助推行业产业形态多元化发展。5G时代，虚拟现实技术、增强现实技术、全息投影等技术，依托云端服务功能与新媒体技术、传统媒体技术的终端进行对接，并开发出了多套应用模式，基本可以满足受众的多元化需求。但是从长远发展的角度来看，生活质量不断攀升势必会促使受众出现要求更高、更加多元的需求。所以对于媒体融合发展来说，如何通过对新一代技术的深层开发与高效利用，为受众搭建足够逼真的媒介场景，基于其多元化需求建构沉浸式、立体化的场景完成体验，以获得更多数据信息支撑来拓展媒体融合发展的创新活动，是当下亟待解决的问题。[12] 通过让受众在多元场景应用中进行信息接收，成为信息传播的目击者、实景观察者甚至是传播者，检验媒体产品内容服务的各个方面。然后媒体单位、机构，可以通过用户使用过程中发生的问题，调整个性化、互动性和沉浸感设置。除此之外，5G时代的应用场景革新，也会作用到信息传播层面，使信息传播出现新的场景。对此，媒体单位、机构要妥善应用5G技术，科学开展用户需求挖掘的相关工作，利用数据、输入、服务、互联来完成媒介与用户的连接，搭建起一个闭环的传播链，实现动态化把握用户的操作习惯。

结语

综上所述，5G时代媒体融合发展依然出现新的传播形态、传播格局，这是以5G技术为主导的现代科技助推社会生产活动创新之后，所带来的新机遇，但是媒体融合发展还面临新的难题。解决新时代难题，最简单直接的办法，是及时在把握“质量提升”的基础上进行创新，包括创新媒体产品内容、服务等。对此，媒体从业者要切实联系受众的实际需求，以服务好受众为出发点，革新技术融合、内容融合，丰富多元化应用场景。最重要的是，人员的专业素质、职业素养和创新能力要跟上。

参考文献

[1] 陈远程. 革新媒体理念推进融媒发展——5G时代再谈媒体融合[J]. 视听，2020（2）：126-127.

[2] 张洁，王庆福. 5G时代媒体间协同发展中主流媒体的话语权建构[J]. 新闻爱好者，2022（6）：47-49.

[3] 卢迪. 协同性与连接力：5G推进媒体深度融合的作用机制[J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2021（8）：15-18.

[4] 齐雅兰. 关于5G时代媒体融合视域下的主流媒体传播方式研究[J]. 数字通信世界，2021（2）：239-240.

[5] 张颖. 5G时代融媒体报道的直播化趋势浅谈[J]. 中国传媒科技，2021（8）：50-52.

[6] 窦瀛. 5G时代智慧媒体融合的“内容＋技术”路径——以《人民日报》为例[J]. 记者观察，2020（27）：26-27.

[7] 曹竞，刘俞希. 5G时代下的媒体融合发展中国青年报沉浸式体验新闻的探索与思考[J]. 新闻与写作，2020（3）：89-93.

[8] 梁镇. 5G时代媒体深度融合新趋势探究——以中央主流媒体5G实践为例[J]. 新闻研究导刊，2022（14）：78-80.

[9] 卢迪，林芝瑶，庄蜀丹. 从5G+融合媒体到媒体融合+5G——先进技术驱动下的媒体深度融合发展[J]. 中国编辑，2022（8）：87-91.

[10] 陈琼. 5G时代融媒体报道直播化趋势研究[J]. 中国传媒科技，2022（12）：77-80.

[11] 熊瑛，杨建民. 5G时代媒体融合视域下的主流媒体传播方式研究[J]. 中国传媒科技，2021（1）：39-40+64.

[12] 彭广林，曾晨. 专业化·互联化·平台化：5G时代县级融媒体深度融合发展路径[J]. 吉首大学学报（社会科学版），2021（6）：143-150.

作者简介：杨凯（1992-），男，山东滕州，助理编辑，研究方向为媒体融合。

（责任编辑：张晓婧）